

ABSTRAK

Dewasa ini kemunculan media baru atau new media berupa teknologi digital dianggap mampu melemahkan hegemoni media konvensional, seperti media cetak, televisi dan radio. Penelitian ini berfokus pada PT Swaragama FM, yang merupakan salah satu perusahaan radio di DIY, dengan segmen pendengar anak muda. Persaingan yang cukup ketat di dalam industri radio di DIY menuntut setiap aktor yang ada di dalamnya untuk memiliki performa yang baik. Agar performa tersebut dapat dicapai maka Swaragama FM perlu mengidentifikasi berbagai sumber daya dan kapabilitas yang merupakan kekuatan kunci, sumber dari Keunggulan Bersaing Berkelanjutan, serta kompetensi inti yang dimiliki oleh Swaragama FM. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi ketiga faktor tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan perspektif sumber daya, dengan demikian berfokus pada faktor internal yang dimiliki oleh perusahaan. Penelitian dimulai dengan analisis rantai nilai untuk mengidentifikasi seluruh sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki Swaragama FM, dilanjutkan dengan pengukuran sumber daya dan kapabilitas untuk mengidentifikasi kekuatan kunci, kemudian menggunakan analisis VRIO untuk mengidentifikasi Keunggulan Bersaing Berkelanjutan, dan terakhir menggunakan tes kompetensi inti. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, melalui wawancara dan kuesioner yang dilakukan kepada narasumber yang merupakan top level management dari Swaragama FM, dan beberapa pihak lain yang berasal dari luar perusahaan.

Hasil dari penelitian mampu menemukan sembilan sumber daya dan empat kapabilitas yang merupakan kekuatan kunci dari Swaragama FM. Dari analisis VRIO diketahui terdapat tiga sumber daya dan empat kapabilitas yang mampu mewujudkan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan bagi Swaragama FM. Selanjutnya dengan tiga tes kompetensi inti ditemukan tiga sumber daya yang merupakan kompetensi inti yang dimiliki oleh Swaragama FM.

Kata Kunci: Swaragama FM, Keunggulan Bersaing Berkelanjutan, Kompetensi Inti

ABSTRACT

Nowadays, the emergence of new media in the form of digital technology is considered to be able to weaken the hegemony of conventional media, such as print, television and radio. This research focuses on internal resources and capabilities owned by PT Swaragama FM, which is one of the radio companies in DIY, with a young listeners segment. The fierce competition in this industry requires great performance from each actors. In order to do so Swaragama FM needs to analyze and identify its various resources and capabilities that can become its key-strengths, source of Sustainable Competitive Advantages, and Core Competencies. This research aims to identify all three factors.

This study uses a resource-based approach, thus focusing on internal factors that are owned by the company. The study began with a value chain analysis to identify all the resources and capabilities owned by Swaragama FM, followed by an appraisal of resources and capabilities to identify the key strengths, then using VRIO analysis to identify the Sustainable Competitive Advantages, and finally using Core Competency Tests. This study uses a qualitative approach, through interviews and questionnaires conducted to persons who are at the top level management of Swaragama FM, and several other parties from outside the company.

The result of study identify nine resources and four capabilities which are the key strengths of Swaragama FM. Using the VRIO analysis there are three resources and four capabilities that are the source of Sustainable Competitive Advantage for Swaragama FM. Furthermore, the Core Competency tests found three resources which are the Core Competencies owned by Swaragama FM.

Keywords: Swaragama FM, Sustainable Competitive Advantage, Core Competencies